

BUDGET SERRÉ, CADEAUX LIMITÉS QUI SERONT LES SACRIFIÉS DE NOËL 2023 ?

ETUDE OPINIONWAY-AUTONE « LES FRANÇAIS & LES CADEAUX DE NOËL »

Depuis plus d'un an, les Français sont confrontés à une inflation galopante : envol des prix du carburant, de l'énergie, des produits alimentaires... Si une décélération s'amorce en cette fin d'année, les Français devront sans nul doute patienter plusieurs mois avant de voir une amélioration de leur pouvoir d'achat. Quel impact cette situation aura-t-elle sur Noël 2023 ? Les Français achèteront-ils moins de cadeaux, réduiront-ils leur budget ou vont-ils étaler davantage leurs achats ? Feront-ils des arbitrages entre les symboles forts de Noël – bûche, sapin, foie gras... Sont-ils davantage stressés que les années précédentes ? Magasin ou internet, quel canal privilégieront-ils ? Autone, la startup qui disrupte et réinvente l'optimisation des stocks, a réalisé avec OpinionWay une étude mettant en lumière la façon dont les Français abordent Noël dans cette période inédite. Et le constat est clair : s'ils ne comptent pas renoncer à Noël, la hausse des prix va clairement affecter leur manière de célébrer les fêtes de fin d'année.

EN BREF

HAUSSE DES PRIX : MOINS DE CADEAUX, PLUS DE STRESS

- 6 Français sur 10 (61%) estiment que **leurs dépenses de Noël seront fortement impactées par la hausse des prix**.
- 64% comptent **revoir leurs habitudes pour réaliser des économies**, notamment acheter des cadeaux moins chers (67%, +11 pts), réduire le budget cadeaux des adultes (66%), faire des repas plus économiques (61%, +9 pts) voire ne pas acheter de sapin (49%, +4 pts).
- 39% des Français préféreraient **ne pas fêter Noël cette année** en raison de la hausse des prix. Un chiffre qui monte à 50% chez les 35-49 ans
- Plus d'1 Français sur 2 (54%) **stresse en raison du budget à dépenser** pour ses cadeaux de Noël (+7 pts vs 2021).
- **Les Français prévoient de dépenser en moyenne 304€** pour leurs cadeaux de Noël (+8% vs 2021), répartis de manière homogène entre magasins et e-commerce.
- Plus de la moitié des Français **prévoit de réduire ses dépenses** d'habillement (55%), de sorties (55%) ou de vacances (50%) afin financer ses cadeaux de Noël.
- 1 Français sur 5 serait prêt à **sacrifier sa belle-mère** s'il devait supprimer un cadeau en raison de la hausse des prix, juste derrière les neveux et nièces (22%) et les parrains/marraines (30%).

MAGASIN OU INTERNET, LES FRANÇAIS NE VEULENT PAS CHOISIR

- Les **tensions actuelles en France** incitent 43% des Français à moins fréquenter les magasins pour faire leurs cadeaux de Noël.
- Que ce soit **en magasin ou en ligne**, 65% des Français pensent acheter au moins un type de produits via l'un des deux canaux.
- **Les cadeaux les plus achetés sur Internet** seront les produits culturels (41%), les jouets et jeux (33%) et les produits high-tech/électroménager (27%).
- **En magasin, les Français privilégient** l'habillement / mode (36%) ainsi que les produits de beauté (34%).
- **La pression sur le pouvoir d'achat pousse à aller sur Internet** pour bénéficier de meilleurs prix (51%, +4 pts), en complément d'éviter le monde (52%, -2 pts) et de pouvoir acheter à toute heure (48%, -1 pt).
- Pour les 3/4 des Français, la gratuité des frais de livraison inciterait à acheter encore plus les cadeaux de Noël sur Internet (74%).

DES ACHATS TOUJOURS FORTEMENT ANTICIPÉS

- 67% des Français auront acheté la majeure partie de leurs cadeaux de Noël avant fin novembre (stable).
- 89% auront terminé leurs achats au moins 2 semaines avant Noël (-1 pt).
- Le 17 décembre est la date à partir de laquelle 82% (-1 pt) des Français jugent plus prudent d'acheter leurs cadeaux en magasin plutôt que sur Internet pour être sûrs de les recevoir à temps

L'ensemble des supports de cette étude est disponible en téléchargement ici :
<https://autone.io/fr/budget-serre-cadeaux-illimites-noel-2023/>

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour Autone : les Français et les cadeaux de Noël »

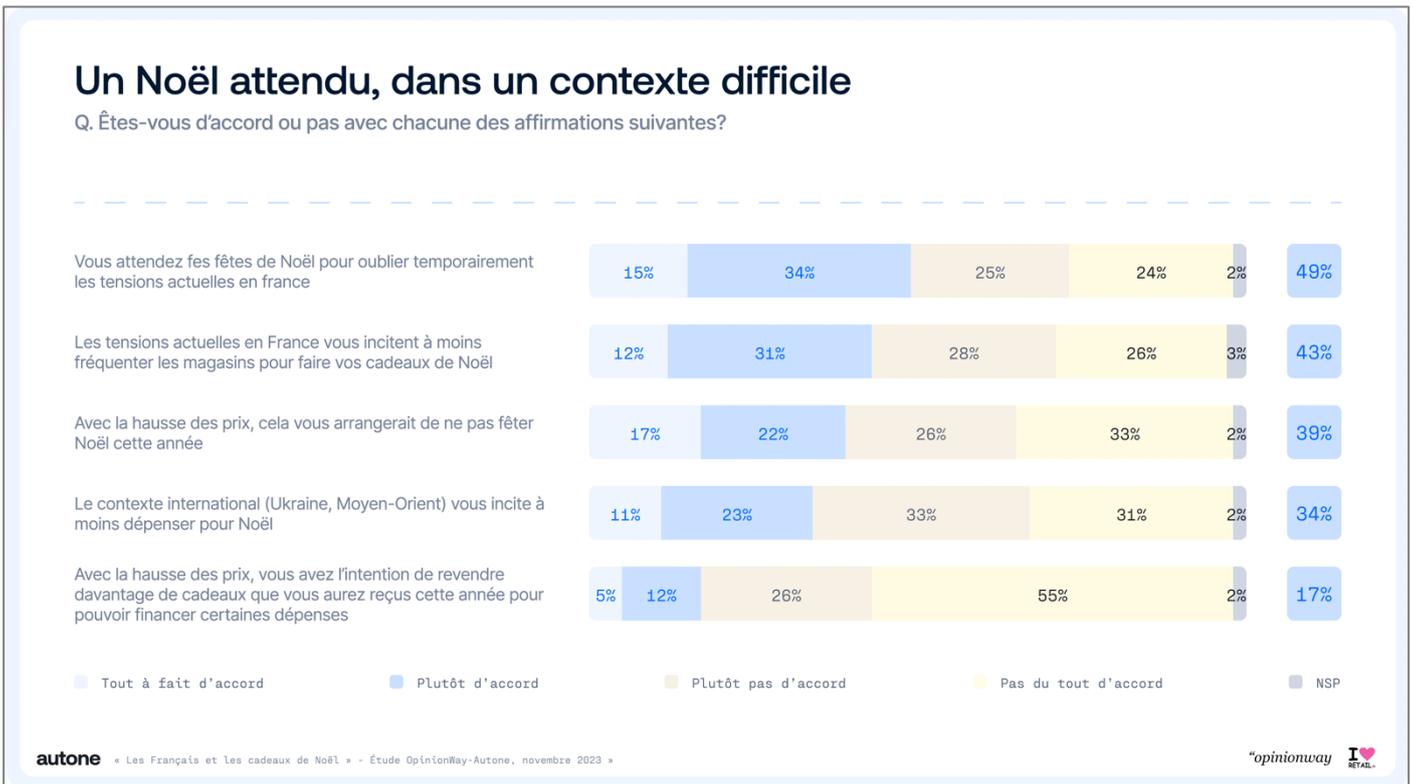
et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

CHEZ LES 35-49 ANS, 1 FRANÇAIS SUR 2 PRÉFÉRERAIT NE PAS FÊTER NOËL

OpinionWay et Autone ont souhaité savoir si le contexte actuel (hausse des prix, conflits en Ukraine et au Moyen-Orient, tensions en France...) avait un impact sur le sentiment des Français envers Noël.

1 Français sur 2 (49%) déclare attendre les fêtes de Noël pour oublier temporairement les tensions actuelles en France. **43%** admettent que les tensions actuelles en France les incitent à moins fréquenter les magasins pour faire leurs cadeaux de Noël tandis qu'avec la hausse des prix, **39%** préféreraient ne pas fêter Noël cette année. Un chiffre qui monte à **50% chez les 35-49 ans**. Cette catégorie d'âge est d'ailleurs globalement plus inquiète sur l'ensemble des items : 57% attendent les fêtes de Noël pour oublier temporairement les tensions actuelles en France, 52% fréquentent moins les magasins en raison de ces tensions.

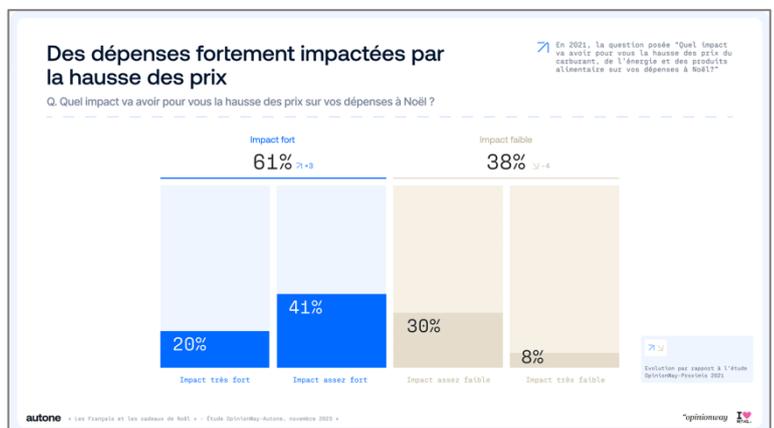
1/3 des Français (34%) pense moins dépenser à Noël en raison du contexte international (Moyen-Orient, Ukraine). Enfin, **17%** des Français ont l'intention de revendre davantage de cadeaux reçus. Ils sont près d'1/3 (31%) des 35-49 ans à dire la même chose.



MOINS DE CADEAUX, MOINS CHERS ET UN SAPIN DE NOËL ABSENT CHEZ 1 FRANÇAIS SUR 2 : DES HABITUDES REVUES POUR NOËL 2023

6 Français sur 10 (61%) estiment que la hausse des prix aura un impact fort sur leurs dépenses de Noël. Un constat encore plus marqué parmi les parents d'enfants de moins de 18 ans (72%).

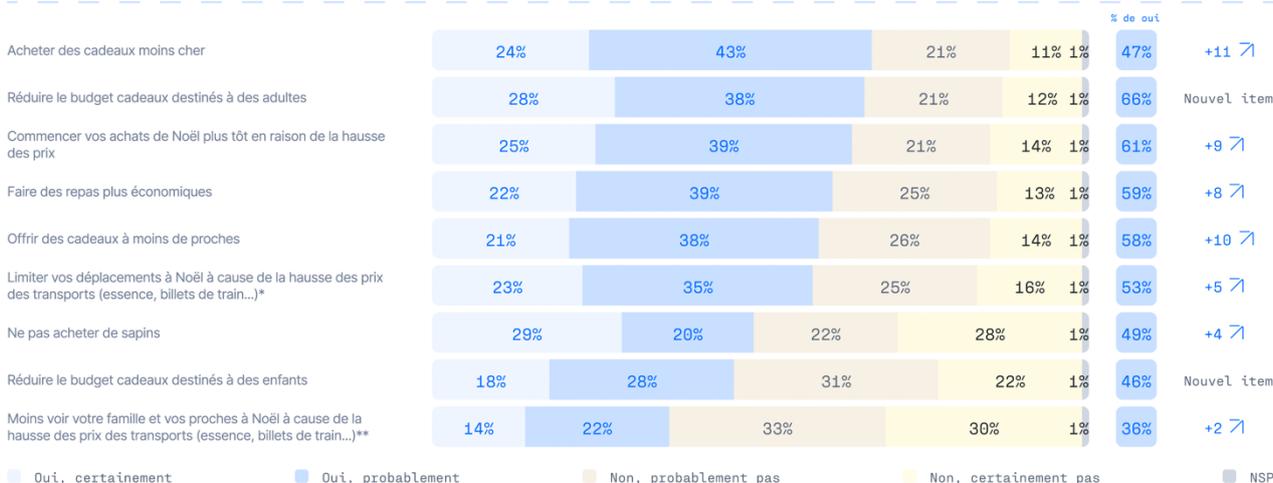
Conséquence directe, **64%** des Français vont revoir leurs habitudes pour économiser. Par quoi cela va-t-il passer ? En premier lieu, **67%** des personnes interrogées envisagent d'acheter des cadeaux moins chers (c'est 11 pts de plus qu'en 2021). **66%** réduiront le budget cadeaux des adultes (et **46%** celui des enfants) et **64%** commenceront leurs achats plus tôt.



Changer ses comportements pour réduire ses dépenses

Q. Envisagez-vous de faire chacune des choses suivantes ?

Évolution par rapport à l'étude OpinionWay-Proximis 2021



*En 2021, l'item libellé: "Limiter vos déplacements à Noël à cause du prix de l'essence"
**En 2021, l'item libellé: "Moins voir votre famille et vos proches à Noël à cause du prix de l'essence"

autone « Les Français et les cadeaux de Noël » - Étude OpinionWay-Autone, novembre 2023 »

opinionway I RETAIL

61% des Français envisagent de faire des repas plus économiques (+9 pts vs 2021) tandis que pour **58%**, la solution passe par offrir des cadeaux à moins de proches (+10 pts vs 2021) et tout simplement acheter moins de cadeaux pour **59%** des Français (+8 pts vs 2021). La symbolique de Noël n'est pas épargnée puisqu'**1 Français sur 2** envisage même de ne pas acheter de sapin (+4 pts).

Enfin, **une majorité de Français sont enclins à sacrifier leurs autres postes de dépenses au profit des achats de Noël.**

Ils sont ainsi en moyenne **1 sur 2** à prévoir de réduire leur train de vie, qu'il s'agisse de dépenses d'habillement et de sorties (restaurants, visites, spectacles) (55%), de vacances et week-ends (50%), ou encore de dépenses culturelles ou d'électroménager (49%).

Sur quelles dépenses rogner pour financer ses cadeaux de Noël ?

Q. Afin d'acheter vos cadeaux de Noël en cette fin d'année, allez-vous réduire chacun de vos postes de dépenses suivants ?



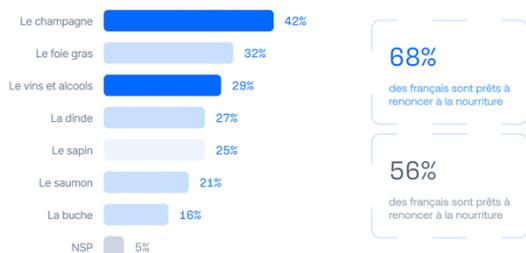
autone « Les Français et les cadeaux de Noël » - Étude OpinionWay-Autone, novembre 2023 »

opinionway I RETAIL

MÊME LE REPAS DE NOËL N'EST PAS ÉPARGNÉ

Le repas de Noël fortement impacté

Q. En raison de la hausse des prix, à quoi seriez-vous prêt à renoncer pour faire des économies lors de votre repas de Noël ?
Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



68% des français sont prêts à renoncer à la nourriture

56% des français sont prêts à renoncer à la nourriture

À quoi seraient prêts à renoncer les Français pour faire des économies lors du repas de Noël ? En premier lieu au champagne, cité par 42% des personnes interrogées, suivi par le foie gras (32%) et les vins et alcools (29%). Valeur sûre, la bûche est préservée en tant que dessert, citée par seulement 16% des répondants.

Au total, **68%** des Français seraient prêts à renoncer à de la nourriture, et **56%** à de l'alcool.

autone « Les Français et les cadeaux de Noël » - Étude OpinionWay-Autone, novembre 2023 »

opinionway I RETAIL

71% DES FRANÇAIS STRESSÉS PAR LES ACHATS DE NOËL

71% des Français se déclarent stressés par au moins un aspect de leurs achats de Noël. Si trouver la bonne idée cadeau est le 1^{er} facteur évoqué (59% en moyenne et 70% dans les foyers avec enfants de moins de 18 ans), **les questions liées au budget cadeaux s'invitent également** : plus d'1 Français sur 2 (54%, +7 pts vs 2021 et +15 pts vs 2020) stresse en raison du budget à dépenser pour ses cadeaux de Noël et 53% pour la recherche du meilleur du prix (+7 pts vs 2021).



UN BUDGET CADEAUX EN LÉGÈRE HAUSSE, QUI RATTRAPE DOUCEMENT SON NIVEAU D'AVANT COVID

Cette année, **les Français pensent consacrer 304€** à leurs cadeaux de Noël. C'est 8% de plus qu'en 2021 (282€). Il s'agit cependant d'un budget inférieur de plus de 10% au niveau d'avant Covid (342€ en 2018).

Les Français qui font des achats de Noël **sur Internet** pensent y consacrer **157€**, soit 16% de plus qu'en 2021 (et 193€ dans les foyers accueillant des enfants de moins de 18 ans). Pour les **achats en magasin**, la tendance reste stable avec **154€**, soit 2% de plus (184€ pour les 65 ans et +).



BELLE-MAMAN, NEVEUX OU FRATRIE, QUI LES FRANÇAIS SONT ILS PRÊTS A OUBLIER DANS LES CADEAUX ?

OpinionWay a ensuite interrogé les Français pour savoir quelle personne de l'entourage ils choisiraient s'ils devaient supprimer un cadeau en raison de la hausse des prix.

En premier lieu, ce serait les parrains / marraines qui auraient leur chaussette moins remplie (30%). Le reste du podium est occupé par les neveux / nièces (22%) et la belle-mère (21%). Le beau-père est a priori plus apprécié, n'étant cité que par 15%.

Ce sont les enfants et petits-enfants qui sont le plus préservés, cités seulement par 4% et 1% des répondants. A noter, seuls 12% supprimeraient le cadeau de leurs parents, mais ce chiffre double chez les 18-24 ans.

Qui seront les victimes ?

Q. En raison de la hausse des prix, si vous deviez supprimer un cadeau, qui choisiriez-vous de pénaliser?
Trois réponses possibles - Total à supérieur à 100%



autone - Les Français et les cadeaux de Noël - Étude OpinionWay-Autone, novembre 2023

opinionway I RETAIL

1/3 DES FRANÇAIS CRAINT UN PÈRE-NOËL MOINS GÉNÉREUX CETTE ANNÉE

Un impact sensible sur les cadeaux reçus

Q. Craignez-vous qu'à cause de la hausse des prix, pour Noël 2023...?

% de oui



autone - Les Français et les cadeaux de Noël - Étude OpinionWay-Autone, novembre 2023

opinionway I RETAIL

Les Français craignent-ils que la hausse des prix ait un impact sur la qualité et la quantité de cadeaux qu'ils vont recevoir ? 1/3 des Français (33%) a peur d'avoir moins de cadeaux et 1/4 qu'on leur offre des cadeaux qui leur plaisent moins (25%) ou de moins bonne qualité (24%).

MAGASIN OU INTERNET : OÙ ET COMMENT LES FRANÇAIS ACHÈTENT-ILS LEURS CADEAUX ?

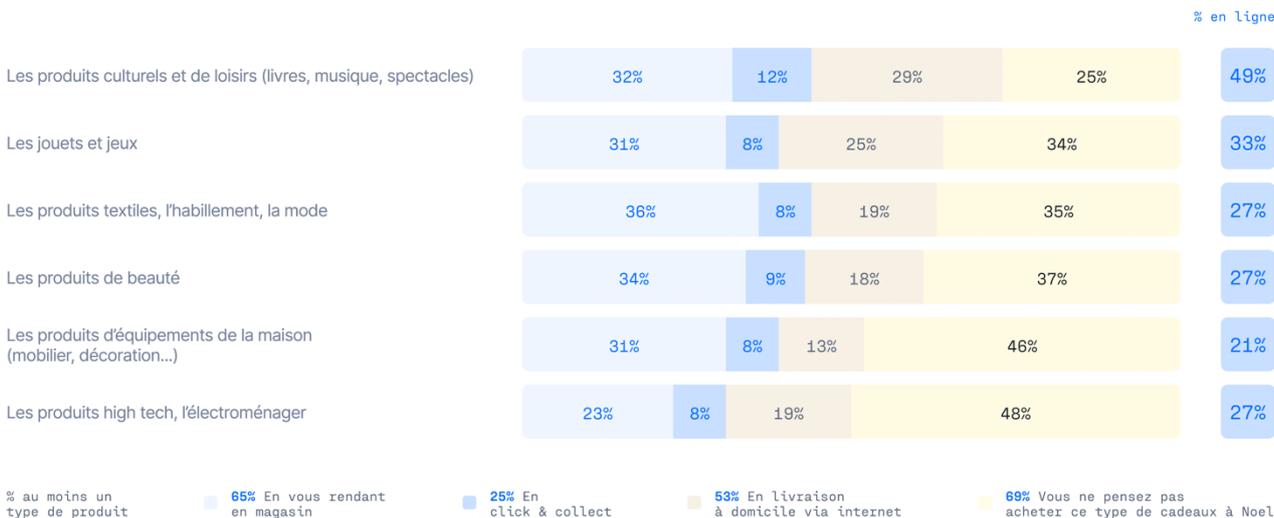
Égalité parfaite : **65%** des Français pensent se rendre en magasin pour acheter au moins un type de produit (ils n'étaient que 49% en 2020). La même proportion pense acheter en ligne au moins un produit.

Magasin & Internet à égalité

Q. Comment pensez-vous effectuer vos achats de cadeaux de Noël ?

65%
-4

des français pensent se rendre en magasin pour acheter au moins un type de produit



autone - Les Français et les cadeaux de Noël - Étude OpinionWay-Autone, novembre 2023

opinionway I RETAIL

Si on va plus loin, ce sont les produits culturels et de loisirs (livres, musique, spectacles, ...) qui sont **le plus achetés en ligne** : sur les 73% comptant réaliser ce type d'achats, **41%** le feront en ligne. Les jouets et jeux sont achetés de la même manière en ligne et en magasin (64% d'acheteurs dont 33% en ligne)

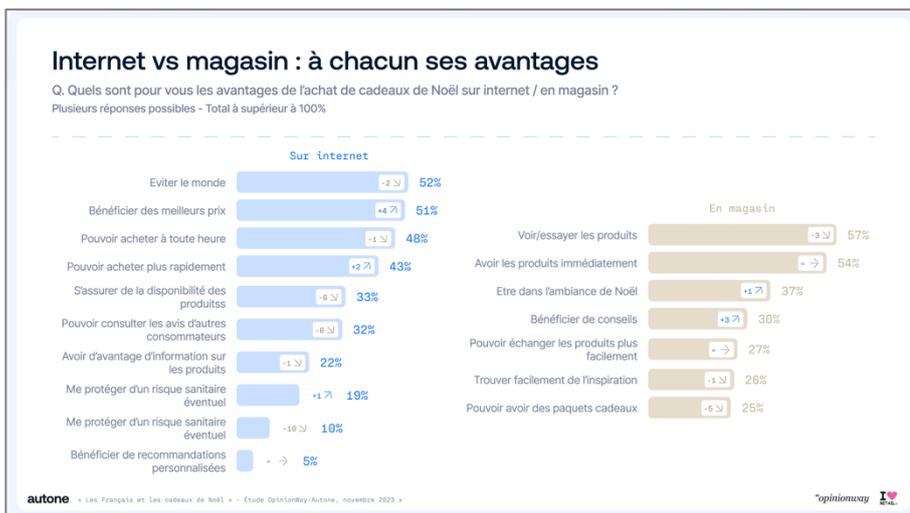
En revanche, les **magasins** seront privilégiés pour l'habillement (36%), les produits de beauté (34%), les produits d'équipement de la maison (mobilier, décoration, ...) **(31%)**.

Concernant les types d'enseignes, les Français plébiscitent à l'identique **(70%) les grandes surfaces** (supermarché, hypermarché), les magasins spécialisés (sport, parfumerie, jouets, mode) et les sites internet n'ayant pas de magasin physique (Amazon, Cdiscount, Zalando, Veepee, ...).

Les petits commerçants arrivent ensuite **(57%)**. En bas de classement, les grands magasins type Galeries Lafayette ou Printemps ne séduisent que **31%** des répondants.



MAGASIN OU INTERNET : À CHACUN SES ATOUTS



Magasin ou Internet, le match est serré.

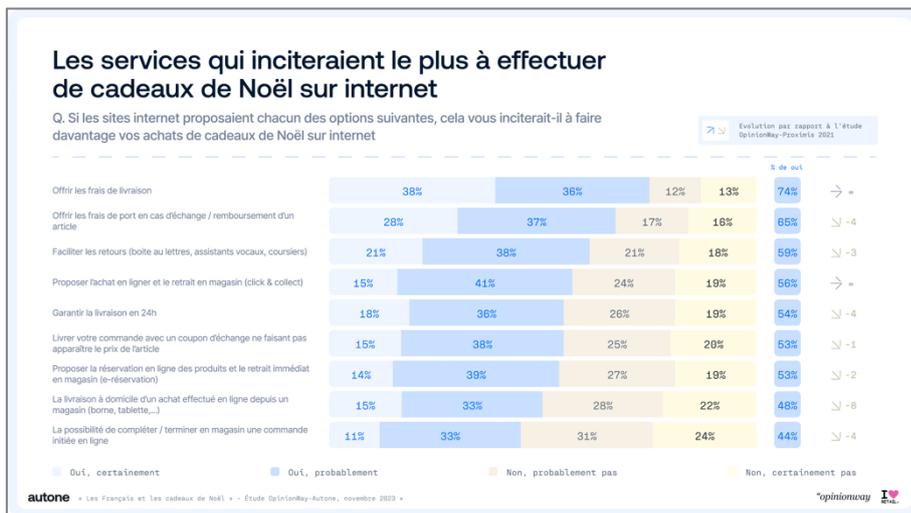
Lorsque l'on interroge les Français sur les avantages de l'achat de cadeaux de Noël sur Internet ou en magasin, les deux sont plébiscités. Côté magasins, les Français soulignent la possibilité de voir/essayer les produits (57%), d'avoir les produits immédiatement (54%) ou d'être dans l'ambiance de Noël (37%).

Côté Internet, les principaux avantages sont : éviter le monde (52%, -2 points vs 2021), bénéficier de meilleurs prix (51%, +4 points vs 2021), acheter à toute heure (48%, -1 point vs 2021), et comparer plus facilement les produits (43%, +2 points vs 2021).

La gratuité des frais de livraison, argument n°1 pour inciter les Français à acheter en ligne

Quels services proposés sur les sites inciteraient davantage les Français à faire leurs emplettes sur Internet ? Globalement, on remarque que d'année en année, les Français sont moins sensibles à ces arguments. En 2023, les résultats dressent à peu près le même panorama qu'en 2021.

Ainsi, **74%** attendent la gratuité des frais de livraison (vs **82%** en 2018), **65%** la gratuité des frais de port en cas d'échange ou de remboursement (80% en 2018) ou encore la facilitation des retours (boite aux lettres, assistants vocaux, coursiers) pour **59%**.

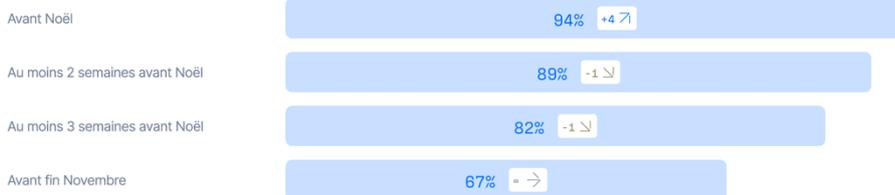


En revanche, la livraison à domicile d'un achat effectué en ligne depuis un magasin (borne, tablette, ...) est évoquée par moins d'un Français sur deux **(48%, -8 points)**.

Cette année encore, les Français anticiperont leurs achats de Noël. **67% d'entre eux auront acheté la majeure partie de leurs cadeaux avant fin novembre** (vs 55% en 2020). Un chiffre qui atteint **75% pour les 25-34 ans**. Ils seront **89%** à avoir bouclé leur shopping **deux semaines avant Noël**. Seuls 2% des Français patienteront jusqu'au dernier week-end avant Noël. 3% attendront que le 25 décembre soit passé pour réaliser de meilleures affaires.

Le moment privilégié pour l'achat des cadeaux de Noël

Q. Cette année, à quel moment achèterez-vous la majeure partie de vos cadeaux de Noël ?



Au moins deux mois avant Noël	Première quinzaine de Novembre	Seconde quinzaine de Novembre	Black Friday du 24 Novembre	Environ 3 semaines avant Noël	Environ 2 semaines avant Noël	La dernière semaine avant Noël	Le dernier Weekend avant Noël 16-17 Décembre	Le dimanche 24 Décembre	Après Noël
15%	18%	24%	10%	15%	7%	3%	2%	-	3%
= →	+1 ↗	+1 ↗	-4 ↘	-1 ↘	= →	+1 ↗	+1 ↗	= →	-1 ↘

Lorsqu'on interroge les Français sur la date à partir de laquelle ils jugent plus prudent **d'acheter les cadeaux de Noël en magasin plutôt qu'en ligne**, **57%** d'entre eux estiment la date butoir au **10 décembre** tandis que **82%** poussent jusqu'au **17 décembre**.

La date à partir de laquelle les français jugent plus prudent d'acheter les cadeaux de Noël en magasin plutôt qu'en ligne

Q. Sachant que cette année Noël aura lieu le lundi 25 décembre, à partir de quelle date jugerez-vous plus prudent d'effectuer les achats de cadeaux dans une boutique physique plutôt que sur Internet pour être plus sûr(e) de les avoir à temps ?



Avant le 10/12	11/12	12/12	13/12	14/12	15/12	16/12	17/12	18/12	19/12	20/12	21/12	22/12	23/12	24/12	25/12
57%	4%	3%	3%	3%	9%	3%	3%	4%	1%	3%	1%	1%	1%	-	1%
= →	= →	+1 ↗	+1 ↗	= →	+1 ↗	+2 ↗	+1 ↗	+1 ↗	= →	= →	+1 ↗	= →	= →	-1 ↘	-1 ↘

Agence Presse & Cie
Laetitia Munoz : 06 20 49 90 39
lmunoz@presse-cie.com

iloveretail.fr
Mike Hadjadj : 06 27 30 52 08
mike@iloveretail.fr

Méthodologie

Cette étude a été réalisée sur un échantillon de 1002 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI. Enquête réalisée les 25 et 26 octobre 2023. Les évolutions sont calculées à partir des études réalisées par OpinionWay pour Proximis en 2018, 2020 et 2021.

A propos de Autone

autone est une plateforme nouvelle génération d'optimisation de gestion des stocks, propulsée par l'intelligence artificielle. Grâce à des algorithmes avancés et des données en temps réel, elle permet aux entreprises de prédire avec précision la demande de leurs produits, réduisant ainsi les coûts de stockage et minimisant les ruptures de stock. autone offre une efficacité accrue dans la chaîne d'approvisionnement, améliorant la rentabilité et la satisfaction des clients. "un tango entre l'homme et la machine", autone incarne l'avenir de la gestion des stocks en exploitant la puissance de l'IA et l'expertise métier des clients pour des prises de décisions plus impactantes et stratégiques. www.autone.io

A propos d'Opinionway

Créé en mars 2000, pionnier de la digitalisation des études, OpinionWay est un acteur majeur de l'innovation dans les études marketing et opinion. Sa vocation consiste à rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain. La société intervient dans de nombreux domaines comme la compréhension des marchés, les problématiques de marques, le développement de produits et de services, etc. auprès de cibles BtoB ou BtoC pour des clients à forte notoriété. OpinionWay est membre actif d'Esomar et développe une politique RSE depuis 2007.

Il est certifié depuis 2009 ISO 20252 par l'AFNOR et membre de CroissancePlus. www.Opinion-Way.com

A propos de iloveretail.fr

Super capteurs par nature, nous aimons vous faire découvrir les attentes consommateurs et les nouvelles tendances en matière de commerce, de technologie et d'usages. iloveretail.fr est un activateur de contenu et d'influence réunissant des experts passionnés du retail afin de vous proposer des Store Tours et Learning Expeditions, des rapports de tendances et d'innovations, des études d'opinion et de comportement consommateurs, des événements visant à valoriser votre expertise ou des opérations d'influence sur-mesure.

#contenu et #influence sur www.iloveretail.fr